

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PEMBELIAN RUMAH DI PERUMAHAN PUNCAK MANIS CIBOLANG SUKABUMI

Diana Mustika¹, Dwi Sandini²

¹Universitas Adhirajasa Reswara, dianamustika@gmail.com

²Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya, dwi@ars.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap terhdap kualitas produk pada pembelian rumah di perumahan Puncak Manis Cibolang Sukabumi. Teknik analis data menggunakan metode analisis Deskriptif. Dilakukan dengan melakukan uji validasi, uji realibilitas, uji asumsi klasik, dan analisis linier berganda. Hasil penelitian yang telah di uji menggunakan software SPSS 20 menunjukkan bahwa hasil uji t variable kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pembelian rumah diperumahan Puncak Manis Cibolang Sukabumi. Sedangkan hasil uji t pada pelayanan juga memiliki pengaruh signifikan karena semua item valid terhadap kepuasan konsumen pada pembelian rumah di perumahan Puncak Manis Cibolang Sukabumi. Hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh antara variable kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada pembelian rumah diperumahan Puncak Manis Cibolang Sukabumi.

Kata kunci: Kualitas Produk, Pelayanan, dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product and service quality on product quality on home purchases in Puncak Manis Cibolang Sukabumi housing. Data analysis technique uses descriptive analysis method. This is done by conducting validation tests, reliability tests, classical assumption tests, and multiple linear analysis. The results of the research that has been tested using SPSS 20 software show that the results of the t-test variable product quality have a significant influence on consumer satisfaction in buying a house in Puncak Manis Cibolang Sukabumi housing. While the results of the t test on service also have a significant influence because all items are valid on consumer satisfaction in buying a house in Puncak Manis Cibolang Sukabumi housing. The results of the F test show that simultaneously there is an influence between product quality and service variables on consumer satisfaction in buying a house in the Puncak Manis Cibolang Sukabumi housing complex.

Keywords: Product Quality, Service, and Consumer Satisfaction

PENDAHULUAN

Dinamika demografi penduduk Indonesia terus mengalami perkembangan yang dinamis berdasarkan data administrasi kependudukan (Admindex) per juni 2021 jumlah penduduk Indonesia adalah sebanyak 272.229.372 jiwa. Pulau Jawa merupakan pulau penduduk terbanyak di Indonesia. Menurut Sumarwan (2022) dalam artikel

(Azmi, dkk, 2021) jumlah penduduk yang sangat besar membawa dampak penting bagi masyarakat Indonesia. Salah satu dampak pentingnya adalah pemenuhan kebutuhan akan properti untuk masyarakat yang begitu banyak. Hal ini dikarenakan rumah merupakan kebutuhan primer manusia yang perlu untuk dipenuhi. Namun memiliki rumah bukanlah hal yang mudah, dengan

meningkatnya harga dari tahun ketahun semakin melambung tinggi, sehingga masyarakat kesulitan memperoleh rumah. Terutama masyarakat kelas ekonomi menengah kebawah.

Banyaknya kebutuhan perumahan menyebabkan persaingan perusahaan pengembangan semakin kompetitif. Masing masing perusahaan berusaha menjangkau konsumen dengan produk dan layanan yang berkualitas terutama layanan perumahan, Karena kepuasan konsumen ditentukan oleh kualitas produk sesuai dengan harapan dan yang dipikirkan pembeli terhadap kualitas produk. Kepuasan pada layanan juga akan mempengaruhi perilaku konsumen setelah terjadi proses pembelian. Jika konsumen merasa puas mereka akan memberi refrensi baik terhadap layanan pada orang lain. (Kotler dan Keller, 2009:243) dalam artikel (Risnawati & Huda, 2016).

Produk bisa menjadi instrument yang mendeskripsikan hasil kerja dari suatu perusahaan. Perkembangan teknologi, peningkatan persaingan pasar, serta kebutuhan dan keinginan konsumen yang beragam mengharuskan perusahaan untuk terus melakukan inovasi dalam pengembangan suatu produk agar berkualitas 20 sesuai harapan konsumen. Produk salah satu unsur penting dari bauran pemasaran. Menurut Cooper dan Kleinshmidt (1990) dalam Munfaat (2003) dalam artikel (Hamzah & Alfiani, 2020) menyatakan keunggulan produk sangat ditentukan oleh keunikan produk, inovasi produk yang terus menerus, kemampuan produk memenuhi kebutuhan pelanggan, kemampuan produk mereduksi biaya yang dikeluarkan pelanggan, kecanggihan produk dan desain produk itu sendiri. Dalam ruang lingkup real estate, keunggulan produk antara lain meliputi: keunggulan aksesabilitas, keunggulan lokasi, keunggulan desain, keunggulan estetika, keunggulan daya tahan, keunggulan bahan, keunggulan interior, keunggulan eksterior, keunggulan fasilitas produk, keunggulan pemilihan cat.

Perumahan Puncak Manis Cibolang Sukabumi adalah perumahan subsidi yang dibangun oleh PT.Barokah Jaya Ciranjang Mutaqin dengan tanah seluas 3,3 hektar. Perumahan puncak manis ini dibangun pada

tahun 2018 dan rencananya akan dibangun sebanyak 275 unit dengan type bangunan 33/66 yang mengedepankan bangunan kokoh, berkualitas, lingkungan asri dan nyaman. Perumahan Puncak Manis ini merupakan perumahan subsidi sehingga harga yang ditawarkan terjangkau, meskipun ini rumah subsidi namun dalam segi kualitas bangunan menggunakan bahan bangunan yang berkualitas seperti bahan dasar bangunan yang digunakannya yaitu bata merah dan double dinding.

Tabel 1. Data Penjualan Selama 4 tahun (2019-2022).

Tahun	Unit yang terjual
2019	48
2020	55
2021	36
2022	25

Sumber: Sukabumi Perumahan Puncak Manis Cibolang

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa penjualan rumah type 36/66 di Perumahan Puncak Manis Cibolang Sukabumi pada tahun 2019 ke tahun 2020 mengalami kenaikan penjualan namun pada tahun berikutnya penjualan rumah mengalami sedikit penurunan. Hal ini disebabkan karena covid 19 mulai berdampak pada penjualan daya beli masyarakat yang menurun. Meskipun dalam penjualan unit rumah mengalami penurunan Perumahan Puncak Manis Cibolang Sukabumi ini dianggap masih memiliki kualitas produk pelayanan yang baik, sehingga penjualan dan pembangunan di Perumahan Puncak Manis Cibolang tetap bejalan. Sehubungan dengan keadaan covid 19 banyak perumahan lain yang mengambil Langkah strategi dengan menurunkan harga dengan mengadakan diskon besar besaran untuk menarik minat konsumen, dan berdampak pada kualitas bangunan yang disediakan menurun. Perumahan Puncak Manis Cibolang dengan prinsipnya tetap teguh mempertahankan kualitas tanpa menurunkan harga unit rumah.

KAJIAN LITERATUR

Menurut Handoko (2002:23), dalam artikel (Wakerkwa, 2019) kualitas produk adalah suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan

pada penelitian atas kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah ditetapkan. Suatu produk memiliki kualitas apabila sesuai standar kualitas yang telah ditentukan. Semakin sesuai standar yang ditetapkan maka akan dinilai produk tersebut akan semakin berkualitas. Dalam pandangan konsumen, kualitas adalah hal yang mempunyai ruang lingkup tersendiri yang berbeda dengan kualitas dalam pandangan produsen saat mengeluarkan suatu produk yang biasa dikenal kualitas sebenarnya. Menurut Adam dan Ebert (2002:256) dalam artikel (Fitriana, 2022) bahwa Quality is the customer's perception. Artinya bahwa pelanggan menilai baik buruknya kualitas suatu produk itu berdasarkan persepsinya. Suatu produk dikatakan berkualitas jika memenuhi kebutuhan dan keinginan pembeli. Kualitas ditentukan oleh pelanggan dan pengalaman mereka terhadap produk dan jasa.

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam menjalankan fungsi-fungsinya. kemampuan yang dimaksud meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan dioperasikan, diperbaiki dan atribut lain yang berharga pada produk secara keseluruhan. Suatu produk agar dapat bersaing dipasar harus memiliki kualitas produk yang diukur dari segi persepsi konsumen. Kualitas produk yang baik adalah kualitas produk yang 34 memberikan gambaran yang unggul dari perusahaan lain yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Prusahaan perlu memiliki strategi agar produknya unggul dan berkualitas dalam menyediakan produk guna memenangkan pasar.

Hal ini bertujuan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan bisa memenuhi standar yang sudah ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan. Oleh karena itu harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan selera konsumen, kebutuhan yang tidak dapat memenuhi harapan konsumen, haruslah cepat di tanggapi oleh perusahaan, yaitu dengan upaya pengembangan produk sesuai dengan harapan konsumen.

Kualitas produk merupakan bagian yang perlu diperhatikan dalam menawarkan suatu produk. Dan setiap perusahaan perlu memahaminya karena perusahaan yang memberikan produk terbaik pada konsumennya akan membuat konsumen tersebut merasa terpuaskan. Konsumen yang merasa puas akan memberikan persepsi yang baik bagi perusahaan.

Indikator dari Kualitas Produk menurut Menurut Mullins, Orville, Larreche, dan Boyd dalam artikel (Ghassani, 2017), adalah sebagai berikut:

1. Kinerja (performance)
Kinerja merupakan karakteristik atau fungsi utama suatu produk.
2. Daya tahan (durability)
yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti.
3. Kesesuaian dengan spesifikasi (comformance to specifications)
sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi 38 spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukan cacat pada produk.
4. Fitur (features)
dirancang untuk fungsi produk atau produk yang menyempurnakan menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.
5. Reliabilitas (reliability)
probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu.
6. Estetika (aesthetics)
berhubungan dengan bagaimana penampilan produk bisa dilihat dari tampak, rasa, bau, dan bentuk dari produk.
7. Kesan kualitas (perceived quality)
persepsi konsumen terhadap produk didapat dari harga, merek, periklanan, reputasi, dan negara asal.

Pelayanan

Menurut Kotler 2019 dalam (zikri, 2022) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan diharapkan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan

yang diharapkan, maka kualitas pelayanan akan dipersepsikan baik dan memuaskan. Sedangkan Menurut (Tjiptono, 2017) mendefinisikan kualitas pelayanan atau kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai ekspektasi pelanggan. Pelanggan umumnya mengharapkan produk berupa barang atau jasa yang dia konsumsi dapat diterima atau dinikmati dengan pelayanan yang baik atau memuaskan. Perusahaan harus memerhatikan kualitas dari jasa dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Indikator dari Pelayanan Menurut Tjiptono dan Chandra (2011:232-233) dalam (Kustiawan, 2015) terdapat lima dimensi kualitas pelayanan, adalah sebagai berikut:

1. Tangibles atau bukti fisik yaitu kemampuan perusahaan kepada pihak eksternal, yang dimaksud bahwa penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dan layanan yang diberikan.
2. Reliability atau kehandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
3. Responsiveness atau ketanggapan suatu kemauan untuk membantu dan memberikan layanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. Assurance atau jaminan Jaminan yang dimaksud terdiri dari beberapa komponen anatara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, dan kompetensi.
5. Empathy memebrikan perhatian yang tulus dan bersifat individu atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan.

Kepuasan Pembelian

Kepuasan konsumen dalam artikel (Widjaja & Nugraha, 2016) yaitu suatu barang atau jasa produk tertentu tergantung pada beberapa faktor seperti besarnya biaya untuk berpindah ke produk barang atau jasa yang lain, adanya kesamaan mutu, kualitas atau pelayanan dari jenis barang atau jasa pengganti, adanya resiko perubahan biaya akibat barang atau jasa pengganti dan

berubahnya tingkat kepuasan yang didapat dari produk baru dibanding dengan pengalaman terhadap produk sebelumnya yang pernah dipakai. Konsumen dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya, akan membeli produk dengan produk tertentu. Sedangkan menurut Tjiptono, et al (2015) dalam artikel (Alfin & Nurdin, 2017) menyimpulkan bahwa: "Kepuasan atau ketidakpuasan merupakan respons pelanggan terhadap evaluasi ketidakesuaian yang dipersepsikan antara harapan sebelum pembelian dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Factor pendorong kepuasan konsumen menurut Menurut Oliver (2019) adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Produk
2. Harga
3. Kualitas layanan
4. Emoticonal factor
5. Biaya dan kemudahan

Metode mengukur kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

1. System keluhan dan saran
2. Berpura pura menjadi pembeli (ghost shopping)
3. Analisis pelanggan yang hilang (Lost Customer Analysis)
4. Survei Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan beberapa definisi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa Kepuasan Konsumen merupakan proses dimana tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dengan harapan konsumen puas kalau setelah membeli produk tersebut.

PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini untuk mengukur tingkat valid dan reliabel setiap item pernyataan pada kuesioner penelitian variabel Kualitas Produk (X1) Pelayanan (X2) dan Kepuasan Konsumen (Y). hasil uji validitas dan reabilitas pada penelitian ini sebagai berikut:

Uji Validitas

Tabel 2

Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

No	r _{tabel}	r _{hitung}	Keputusan
1	0,497	0,288	Valid
2	0,613	0,288	Valid
3	0,370	0,288	Valid
4	0,479	0,288	Valid
5	0,498	0,288	Valid
6	0,441	0,288	Valid
7	0,555	0,288	Valid
8	0,574	0,288	Valid
9	0,619	0,288	Valid
10	0,392	0,288	Valid

Sumber: Hasil olah data SPSS

Berdasarkan pada table 2 variabel X1 atau Kualitas Produk memiliki kriteria 100% valid dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau R Hitung > R Tabel. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pernyataan yang ada di variable kualitas pelayanan dapat diajukan sebagai penelitian karena semua item pernyataan variable X1 atau Kualitas Produk yang diberikan responden dikatakan sangat terpercaya karena semua item valid.

Tabel 3
Uji Validitas Variabel Pelayanan

No	r _{tabel}	r _{hitung}	Keputusan
1.	0,312	0,288	Valid
2.	0,494	0,288	Valid
3.	0,653	0,288	Valid
4.	0,740	0,288	Valid
5.	0,454	0,288	Valid
6.	0,599	0,288	Valid
7.	0,461	0,288	Valid
8.	0,390	0,288	Valid

Sumber: Hasil olah data SPSS

Berdasarkan pada table 3 variabel X2 atau Pelayanan memiliki kriteria 100% valid dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau R Hitung > R Tabel. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pernyataan yang ada di variable kualitas pelayanan dapat diajukan sebagai penelitian karena semua item pernyataan variable X2 atau Produk yang diberikan responden dikatakan sangat terpercaya karena semua item valid.

Tabel 4
Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen

No	r _{tabel}	r _{hitung}	Keputusan
1	0,307	0,288	Valid
2	0,439	0,288	Valid
3	0,424	0,288	Valid
4	0,497	0,288	Valid
5	0,636	0,288	Valid
6	0,657	0,288	Valid
7	0,058	0,288	Valid
8	0,657	0,288	Valid
9	0,534	0,288	Valid
10	0,493	0,288	Valid

Sumber: Hasil olah data SPSS

Berdasarkan pada table 4 variabel Y atau Kepuasan Konsumen memiliki kriteria 100% valid dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau R Hitung > R Tabel. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pernyataan yang ada di variable kualitas pelayanan dapat diajukan sebagai penelitian karena semua item pernyataan variable Y atau Kepuasan Konsumen yang diberikan responden dikatakan sangat terpercaya karena semua item valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 5
Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.713	11

Sumber: Hasil olah data SPSS

Berdasarkan table 5 diatas, maka diketahui jumlah item pernyataan yang diujikan berjumlah 11 item pernyataan dan total pernyataan. Hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwasanya seluruh item pernyataan pada variable X1 (Kualitas Produk) dinyatakan reliabel karena nilai Cronbach's Alpha (0,713) atau lebih besar dari 0,60.

Tabel 6
Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.703	11

Sumber: Hasil olah data SPSS

variabel kualitas produk didapatkan hasil Cronbach's Alpha > 0.6 yaitu 0.970, maka butir pernyataan variabel kualitas produk dinyatakan realible. Maka indikator kualitas produk memenuhi syarat validitas dan reliabilitas.

Tabel 7
Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan
Konsumen

Cronbach's Alpha	N Of Items
.713	11

Sumber: Hasil olah data SPSS

Berdasarkan table 7 diatas, maka diketahui jumlah item pernyataan yang diujikan berjumlah 11 item pernyataan dan total pernyataan. Hasil pengujian reliabelitas menunjukkan bahwasanya seluruh item pernyataan pada variable Y (Kepuasan Konsumen) dinyatakan reliabel karena nilai Cronbach's Alpha (0,713) atau lebih besar dari 0,60.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 8
Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	3.150	7.584		.415	.680
1 Kualitas Produk	.390	.174	.304	2.235	.031
Pelayanan	.611	.208	.399	2.931	.005

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS

Jadi hasil persamaan regresi linear diatas dapat dijelaskan bahwa nilai konstanta sebesar 3,150 artinya jika kualitas produk dan pelayanan nilainya adalah nol, maka nilai dari kepuasan konsumen adalah 3,150. Koefisien regresi kualitas produk (X1) sebesar 0,390 yang dimana dapat diartikan bahwa apabila kualitas produk bertambah atau mengalami peningkatan 1 satuan, maka kepuasan konsumen juga mengalami kenaikan atau peningkatan sebesar 0,390 dengan asumsi

variable lainnya tetap atau konstan. Untuk koefisien regresi pelayanan sebesar 0,611 yang berarti apabila variable pelayanan (X2) meningkat sebesar 1 satuan, maka variable dependen yaitu kepuasan konsumen akan meningkat juga sebesar 0,611 begitupun sebaliknya.

Analisis Uji Hipotesis

Tabel 9
Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	3.150	7.584		.415	.680
	Kualitas Produk	.390	.174	.304	2.235	.031
	Pelayanan	.611	.208	.399	2.931	.005

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Olah data SPSS

Berdasarkan dari hasil olah data pada table 9 dapat disimpulkan disimpulkan sebagai berikut:

a. Pengujian Hipotesis Satu (H1)

Berdasarkan hasil pengujian diatas, didapatkan hasil estimasi variable kualitas produk memiliki koefisien regresi sebesar 0,390 dengan arah yang positif dengan tingkat signifikansi sebesar 2,235 yang berarti lebih besar dari $\alpha = 0,05$ atau 5%. Dapat disimpulkan bahwa kualitas produk memiliki arah yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen yang melakukan pembelian rumah. Dengan demikian, penelitian ini mendukung hipotesis yang pertama, maka dari itu pada penelitian ini Hipotesis Nol (H0) ditolak atau yang berarti ada pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

b. Pengujian Hipotesis Dua (H2)

Berdasarkan hasil pengujian diatas, didapatkan hasil estimasi variable harga memiliki koefisien regresi sebesar 0,611 dengan arah yang positif dengan tingkat signifikansi sebesar 2,931 yang berarti lebih besar dari $\alpha = 0,05$ atau 5%. Dapat

disimpulkan bahwa pelayanan memiliki arah yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian, penelitian ini mendukung hipotesis yang kedua, maka dari itu pada penelitian ini Hipotesis Nol (H0) ditolak atau yang berarti ada pengaruh signifikan antara pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang melakukan pembelian rumah

Tabel 10
Analisis Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	176.132	2	88.066	12.672	.000 ^b
Residual	305.783	44	6.950		
Total	481.915	46			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
b. Predictors: (Constant), Pelayanan, Kualitas Produk

Sumber: Hasil olah data SPSS

Pada table 10 menunjukkan bahwa hasil Uji F (simultan) memiliki nilai F hitung sebesar 12,672 serta tingkat signifikansi 0,000. Hal ini mengindikasikan bahwa Hipotesis nol (H0) ditolak dan Hipotesis alternative (Ha) diterima artinya ada pengaruh secara simultan antara Kualitas Produk dan Pelayanan (X1 dan X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Hal ini disebabkan karena tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 (> 5%).

Tabel 11
Hasil Uji Koefisien Determinasi

No.	R square
1.	.365

Sumber: Hasil olah data SPSS

Pada table 11 menunjukkan nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,365 atau 36,5% dari angka tersebut dapat disimpulkan bahwa variable kualitas produk (X1) dan variable pelayanan (X2) secara simultan berpengaruh terhadap variable kepuasan konsumen (Y) sebesar 36,5%. Sedangkan sisanya (100%-36,5% = 63,5%) yang dipengaruhi oleh

variable lain diluar persamaan regresi ini atau variable yang tidak diteliti.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Dari hasil penelitian, peneliti dapat menyimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan konsumen Perumahan Puncak Manis Cibolang Sukabumi.

Dari hasil penelitian, peneliti dapat menyimpulkan bahwa variabel pelayanan Perumahan Puncak Manis Cibolang Sukabumi berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian variabel kepuasan dan pelayanan sama-sama (simultan) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

REFERENSI

- Alfin, M. R., & Nurdin, S. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Pada Kepuasan Pelanggan Yang Berimplikasi Pada Loyalitas Pelanggan. *Ecodemica*, 1(2), 252–261.
- Azmi, H. U., Rizkyanfi, M. W., & Fajri, I. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Dapur Caringin Tilu Bandung. *The Journal Gastronomy Tourism*, 1(2), 76–84.
<https://doi.org/10.17509/gastur.v1i2.40574> Rizan Mohamad, andika fajar. (n.d.). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei Pelanggan Suzuki, Dealer Fatmawati, Jakarta Selatan).
- Fitriana, Diko Nadiya. (2022). pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada ratu meubel di kecamatan limboto kabupaten gorontalo. 08(September), 2321–2334.
- Ghassani, M. T. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Produk Bandeng Juwana Vaccum Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Social and*

- Politic Science, 1–8.
<http://eprints.undip.ac.id/75289/>
- Hamzah, M., & Alfiani, S. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Sakinah Paiton Probolinggo. *Jurnal Sosial & Humaniora* 1(2)
- Kustiawan, Achmad Andi. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada PT Denko Wahana Prima).
<http://repository.unikom.ac.id/id/eprint/25868>.
- Risnawati, & Huda, N. (2016). Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Perumahan Komplek Amd Permai Banjarmasin). *Wawasan Manajemen*, 2(1), 43–56.
<https://doaj.org/article/7a02314ccf2c466c9b886f0cd8b4e590>
- Tjiptono, Fandy. (2017). Pelayanan Kualitas Produk Dan Jasa. *15*(2), 1–23.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2011. *Service, Quality and Satisfaction*, Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Wakerkwa, Darpen. (2019). Tingkat Kepuasan Pemebli Terhadap Kualitas Produksi Soumel Asien Balita Sukses Kampung Kalisemen Sp2 Distrik Nabire Barat. *FOKUS Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 1(2).
- Widjaja, Y. R., & Nugraha, I. (2016). Loyalitas Merek Sebagai Dampak Dari Kepuasan Konsumen. *Ikonomika : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 1–13.
<http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/ikonomika/article/view/138>
- Zikri, Ahmad., Harap Ikhsan Muhammad. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia Regional I Sumatera. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 1(1), 129–138.
<http://eprints.undip.ac.id/75289>

BIODATA PENULIS

Dwi Sandini salah satu dosen di Fakultas Ekonomi program studi manajemen di Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya.

Diana Mustika salah satu mahasiswa prodi manajemen di Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya